

PARLAMENTO

DEL URUGUAY

CÁMARA DE REPRESENTANTES

Secretaría

XLIX Legislatura

DEPARTAMENTO PROCESADORA DE DOCUMENTOS

Nº 1384 de 2023

Carpeta Nº 1324 de 2021

Comisión de Industria, Energía y Minería

PRECIO DE VENTA POR UNIDAD DE MEDIDA

Regulación

Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 7 de junio de junio de 2023

(Sin corregir)

Preside: Señor Representante Nino Medina.

Miembros: Señores Representantes Fernanda Araújo, Valentina Dos Santos, Sebastián Cal, Pablo Fuentes, Martín Melazzi y Gabriel Tinaglini.

Invitado: Señor Representante Gustavo Olmos.

Secretario: Señor Guillermo Geronés.

Prosecretaria: Señora Dinora Cardozo

===II===

SEÑOR PRESIDENTE (Nino Medina).- Habiendo número, está abierta la reunión.

——Buenos días.

Recibimos al representante Gustavo Olmos para que se exprese sobre su iniciativa, ya presentada y a consideración de esta Comisión, denominada “Precio de venta por unidad de medida.- Regulación”.

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Agradezco que la Comisión retome este proyecto, que ya tuvo un período de tratamiento en su seno; se recibieron delegaciones.

Muy brevemente: este proyecto apunta a dar un elemento más de información a la hora en que el consumidor se dispone a comprar, permitiéndole comparar precios del mismo producto en presentaciones diferentes, ya que, como dije la última vez que visité la comisión, estos no responden a la lógica que intuitivamente se toma como base a la hora de decidir, que es que a mayor volumen más bajo es el precio; eso no siempre es así, por distintas razones: por razones de *stock*, de logística, no necesariamente por voluntad de engaño al consumidor. Si una empresa tiene mucho *stock* de una presentación, por ejemplo, en 50 gramos, y tiene menos *stock* en 100 gramos, puede tener un incentivo a reducir el precio de esa que tiene mucho en *stock* para poder hacerse de efectivo o transformarlo en venta y no dejar mercadería inmovilizada. Entonces, el proyecto lo que propone es que, de acuerdo al producto de que se trate y a la forma en que habitualmente se comercializa, el precio esté expresado en litros, kilos o metros. Abarca al universo de lo que ya está propuesto; se trata de abarcar el mismo universo que la Ley de Defensa del Consumidor. Sé que ha sido tema de debate en la Comisión si esta regulación no tendría que ser para todos los comercios, independientemente del tamaño. La Ley de Defensa del Consumidor establece que es para las grandes superficies, para las que tengan dos o más cajas fijas y lo del comercio electrónico es porque es en ese tipo de comercio donde el consumidor puede caminar entre las góndolas y ver los precios. Si es un quiosco, si es un almacén, donde hay alguien que está atendiendo y hay un mostrador que lo separa de los clientes, en realidad, no aporta mucha información que estén los precios detallados porque el consumidor ni los ve, están a una distancia que no permite apreciarlos.

Esta es una práctica muy extendida -yo he tuiteado y he arrobado a algunos de los miembros de la Comisión-, y quiero citar como ejemplos de países en que esta normativa existe, y por lo tanto es obligación, Argentina, Chile, España, Finlandia, Lituania y todos los países de la Unión Europea.

Creo que esta medida no tiene costos para la empresa. Básicamente, se trata de agregar una información más en la etiqueta que se pone en la góndola o en la que se cuelga en la web. O sea, no se está pidiendo que se aclare algo en el producto en sí o cosas por el estilo. Por lo tanto, el costo que puede llegar a tener implementar esta medida es marginal y me parece que da mayor información al consumidor.

Esto se disparó -ya lo comenté cuando vine la vez anterior- a raíz de un artículo que se llamaba *El teorema del papel higiénico,* en el que el autor describía cómo a la hora de ir a comprar papel higiénico se tenía que enfrentar a rollos de 30 metros, de 50 metros, de 80 metros, que además vienen en paquetes de dos unidades, de cuatro, de seis, de ocho, de doce, e intentaba sacar la conclusión de en cuál de estas opciones estaba pagando más caro la unidad, por la misma marca y la misma calidad. El hecho de que los productos vengan en estas diferentes presentaciones hace que se tenga que hacer una obra de cálculo mayor para saber el precio por unidad. Esto es lo que se podría resolver fácilmente agregando esta información.

Creo que la discusión que tiene la Comisión en cuanto a si la medida tiene que alcanzar a todos es algo que tienen que zanjar ustedes; después, se zanjará en el plenario. Me parece que esto no debería ser una tranca que impidiera que el proyecto avanzara, porque aun cuando no se contemple al universo de consumidores, va a poner a disposición de mayor cantidad de población los datos que necesita a la hora de comprar.

Por otra parte, a los comercios chicos, chicos, sí les estaríamos agregando una complicación porque si los obligamos a tener una etiqueta, los estamos obligando a tener un software, a tener una impresora, en fin, elementos con los que no necesariamente un quiosco cuenta. Pongo como ejemplo los quioscos que están en la Plaza Libertad; son diminutos; no parecería, en principio, que esto tenga mucho sentido.

Quedo a las órdenes para contestar cualquier pregunta o evacuar cualquier duda.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Ya hemos manifestado en algunas otras oportunidades en que nos hemos reunido por este proyecto de ley que saludamos la iniciativa en el sentido de que intenta, precisamente, informar al consumidor final el precio de venta por unidad de medida. Todos hemos comprado en pequeños comercios y la verdad es que generalmente el mostrador está al fondo; los productos generalmente están a izquierda o derecha y están disponibles para que uno los tome y después pase a pagar.

Desde mi punto de vista, partiendo del enfoque del diputado Olmos, en esta Exposición de Motivos debería decirse: "El proyecto de ley que se presenta establece la obligación de informar a algunos consumidores finales el precio de venta efectivo por unidad de medida". ¿Por qué digo esto? Porque el 50% del consumo de artículos alimenticios, de higiene personal o de uso doméstico se realiza en comercios de cercanía, es decir, en almacenes. Entonces, no me queda claro si el espíritu del proyecto es informar al consumidor o defender, de alguna manera, a los pequeños almacenes de que tengan que incurrir en un gasto de software, en una complicación de tener que poner la información necesaria que establece este proyecto de ley. A mí me gustaría que este proyecto de ley pudiera informar a todos los consumidores. Entonces, el mayor problema que tenemos es cómo hacemos para que los pequeños comercios puedan incorporar esa información. Si no es así, se puede cambiar el texto de la Exposición de Motivos, porque si dice "El proyecto de ley que se presenta establece la obligación de informar al consumidor final […]", uno cree que el consumidor final es independiente del tipo de comercio al que recurra; puede ser grande o pequeño. Me parece que las personas de mayor vulnerabilidad muchas veces no tienen una gran superficie en sus barrios y son las que generalmente terminan pagando mucho más caro un producto, debido a que existe una desinformación, como bien dice el diputado Olmos.

Dicho todo esto, si logramos salvar esta diferencia que tenemos, con gusto vamos a rever la posición que hoy personalmente tengo tomada.

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Creo que hay otro elemento que vale la pena considerar respecto de los comercios de menor porte; en realidad, no se da la variedad de presentaciones a que aludo. Para tener el papel higiénico en cinco variedades distintas se necesita de un espacio importante y, por lo general, de este espacio disponen comercios de mayor volumen. Entiendo la preocupación del diputado Melazzi; lo hemos conversado en más de una oportunidad. Creo que hay una imposibilidad real de contemplar su aspiración, a la que agrego la de que me parece también que esos comercios deberían estar exentos porque al ser de barrio no tienen el papel higiénico envasado en dos unidades, cuatro, seis, ocho, dieciséis y treinta y dos;

tienen una sola presentación. Sí se podría comparar precios entre un par de marcas, por ejemplo.

Repito lo que dije al principio: está en manos de la Comisión asesorar en un sentido o en otro; creo que este es el único punto en el cual se tiene que dirimir esta cuestión, si es en este ámbito su aplicación o si es en otro, en todos los comercios, con independencia de su tamaño.

Es una decisión de la Comisión.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Hace más de un año que venimos trabajando este tema y nos trancamos siempre en el mismo punto, que es este, sin encontrar la definición del consumidor. Escuchando a Melazzi, se me aclara un poco más el panorama. Si ese es el punto, si bien podemos acotar el universo de consumidores, es decir, "consumidores que se abastecen en tales o cuales establecimientos comerciales", también se puede especificar el producto que se vende y, así, establecer, por ejemplo, "Aquellos comercios que tengan más de una o dos opciones del producto en diferentes envases, que se regule por este criterio". No sé si logro expresarme. O sea: podemos acotar por el lado del consumidor, por donde se abastece, o por el lado del producto, si tiene más de dos o tres opciones diferentes. ¿Se entiende la propuesta?

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Quiero agregar algo en cuanto a lo que sucede en los comercios de cercanía, que son los pequeños comercios que expenden este tipo de productos. Es verdad que en la mayoría de ellos no hay dos o tres opciones para poder comparar precios por unidad de medida, pero eso no quita que porque no tenga las opciones se dé la información de cuánto valdría el mismo producto en mayor o menor cantidad. En definitiva, si ese almacén o esa gran superficie no las tiene, no quita que uno piense: "Bueno, pero si yo compro un kilo me sale más barato que comprar tres quilos", es decir, si compro tres quilos de uno es más barato que comprar una bolsa de tres quilos. Si esa información también está en una pequeña superficie, es decir, en un almacén, uno puede decir: "Bueno, hago o no el gasto". El hecho de no tener la variedad de productos no quita que se informe. Comparto lo que dice el señor diputado Tinaglini en cuanto a que este es un tema que tendrá que resolver la Comisión.

SEÑOR PRESIDENTE.- No habiendo más consultas, agradecemos la presencia del diputado Olmos.

SEÑOR REPRESENTANTE OLMOS (Gustavo).- Por favor; un gusto. A las órdenes.

SEÑOR PRESIDENTE.- Seguiremos trabajando el tema en Comisión.

(Se retira de sala el señor representante Gustavo Olmos)

——Señores diputados: tenemos como segundo punto, para el proyecto Rotulado frontal de productos, una nota presentada por el diputado Melazzi solicitando enviar al Área de Defensa del Consumidor del Ministerio de Economía y Finanzas invitación a fin de que concurra a expresarse sobre esta iniciativa.

Si hay acuerdo, coordinamos a través de Secretaría su presencia.

(Apoyados)

——Trataremos de coordinar esta actividad para la próxima reunión.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Perdón, pero volviendo al primer punto, a fin de avanzar con este proyecto podríamos ir encaminándolo por ese lado…

SEÑOR PRESIDENTE.- Volvemos a la consideración del primer punto.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- No sé si hay que enviar una redacción por escrito. No sé si se entendió la propuesta que hicimos. Podemos especificar a qué locales les estamos poniendo la medida y los consumidores que se abastecen en ese tipo de local, y lo acotamos a eso. Creo que Melazzi es el que ha puesto un poco de detenimiento. No sé; capaz que por ese lado lo podemos destrancar. ¿Se entiende la propuesta?

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Según lo que dice el diputado Tinaglini, él entiende -o, al menos, es lo que yo entiendo- que una manera de destrancar es que esto no quede acotado solo a las grandes superficies, sino que abarque a todas. Independientemente de eso, que me parece bien, porque el proyecto de ley intenta informar al consumidor final, es una decisión que vamos a meditar, porque esto no estaba en la Exposición de Motivos y no estaba en el proyecto; me parece bien; si viene por ahí, en cuanto a que se quiere informar a todos los consumidores y va a comprender a todos los comercios, quedará a estudio de cada uno de los legisladores.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Quizás sea bueno mandar la propuesta modificativa por escrito. La vamos a redactar y la hacemos llegar a Secretaría.

(Diálogos.- Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

SEÑOR PRESIDENTE.- Esperamos recibir el aporte al artículo 1° por escrito.

No habiendo más asuntos, se levanta la reunión.

≠